

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dipengaruhi oleh berbagai aspek. Indonesia sebagai negara berkembang masih memiliki potensi besar dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi salah satunya dipengaruhi oleh adanya perkembangan perekonomian. Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini dapat dilihat dari maraknya pembangunan pusat perdagangan. Pasar sebagai salah satu bagian dari pusat perdagangan dapat dikatakan sebagai pusat pembangunan perekonomian karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Dari sisi kepentingan ekonomi, semakin meningkatnya jumlah pusat perdagangan mendorong terciptanya ruang kerja bagi banyak orang. Mulai dari jasa tenaga satuan pengamanan, pengantar barang, penjaga toko, cleaning service, hingga jasa transportasi. Ini berarti pusat perdagangan ikut serta dalam mengentaskan masalah pengangguran dan kemiskinan (Agung, 2010). Pasar merupakan suatu mekanisme yang terjadi interaksi antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa.

Secara fisik pusat transaksi perdagangan terbagi menjadi 2 jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern/ritel modern (Samuelson & Nordhaus, 2010). Dari kedua jenis pasar ini memiliki perbedaan yang mencolok baik dari segi bangunan, fasilitas, maupun jenis dagangan.



**Pasar Tradisional**



**Pasar Modern**

**Gambar 1.1**

### **Pasar Modern dan Pasar Tradisional**

**Sumber: Samuelson & Nordhaus, 2010**

Pasar tradisional mempunyai peranan yang sangat strategis dalam rangka peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja, untuk itu diperlukan upaya-upaya dalam rangka peningkatan daya saing pasar tradisional demi menjaga keberadaan pasar tradisional yang ada di Indonesia (Sutrisno, 2006). Namun, saat ini keberadaan dan peran pasar tradisional mengalami degradasi atau penurunan seiring dengan pesatnya perkembangan pasar modern. Padahal pasar tradisional seharusnya dapat bersaing dengan pasar modern sebagai penggerak roda perekonomian. Kemudian pasar tradisional juga identik dengan lokasi perdagangan yang kurang baik, dikenal kumuh, becek, kotor, tidak teratur, tidak aman, macetnya lalu lintas, dan ketidakpastian harga. Inilah salah satu kondisi dari kemunduran tingkat kenyamanan dari pasar tradisional. Melihat kondisi pasar tradisional yang memiliki citra kurang baik, Pemerintah merasa perlu adanya sebuah perubahan dan perbaikan yang dilakukan di setiap masing-

masing pasar tradisional. Sehingga perlu adanya pembenahan-pembenahan yang dilakukan pemerintah daerah untuk menata pasar tradisional.

Program revitalisasi pasar tradisional muncul sebagai jawaban atas citra negatif yang melekat pada pasar tradisional. Program revitalisasi pasar tradisional juga menyentuh tata kelola (kelembagaan) pasar. Mewujudkan pasar yang profesional haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh manajemen pasar saling bekerjasama. Kemendag (Kementerian Perdagangan) mengembangkan program revitalisasi pasar tradisional dengan harapan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional dan mengembalikan pasar tradisional sebagai salah satu pusat pertumbuhan perekonomian.

Program revitalisasi pasar tradisional mulai dicanangkan pada tahun 2010 melalui Peraturan Menteri Perdagangan No 03 Tahun 2010 Tentang Rencana Strategis Kementerian Perdagangan 2010-2014. Renstra ini merupakan pedoman pembangunan untuk sektor perdagangan. Di dalam renstra disebutkan bahwa arah kebijakan pembangunan dalam negeri adalah peningkatan penataan sistem distribusi nasional yang menjamin kelancaran arus barang dan jasa, kepastian usaha, dan daya saing produk domestik. Salah satu fokus prioritas adalah peningkatan jaringan distribusi untuk menunjang pengembangan logistik nasional dengan kegiatan yaitu: Pengembangan Sarana Distribusi Perdagangan melalui Program Revitalisasi Pasar Tradisional, yang saat ini berpedoman pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang

Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Persoalan yang kerap kali muncul adalah revitalisasi pasar tradisional ini hanya sekedar perbaikan fisik saja, padahal permasalahan manajemen pasar (kelembagaan) perlu diperhatikan. Karena revitalisasi tidak hanya sekedar mengubah bangunan pasar tetapi lebih dari itu. Gagalnya revitalisasi dalam merubah nasib pedagang pasar tradisional menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang disebabkan karena pengelola pasar belum menjalankan fungsinya secara optimal dan tidak didukung dengan *standard operation procedur* (SOP) yang jelas.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pasar di Kota Bandung**

NO	NAMA PASAR	NO	NAMA PASAR
1	Pasar Baru	22	Pasar Banceuy
2	Pasar Kosambi	23	Pasar Palasari
3	Pasar Andir	24	Pasar Karapitan
4	Pasar Kiaracandong	25	Pasar Cicadas
5	Pasar Ujungberung	26	Pasar Cihapit
6	Pasar Anyar	27	Pasar Gegerkalong
7	Pasar Sederhana	28	Pasar pagarsih
8	Pasar Cicaheum	29	Pasar Ciroyom
9	Pasar Simpang	30	Pasar Gg Saleh
10	Pasar Cihaurgeulis	31	Pasar Sarijadi
11	Pasar Balubur	32	Pasar Cikaso
12	Pasar Wastukencana	33	Pasar Kebon Sirih
13	Pasar Cikapundung	34	Pasar Puyuh

Dipindahkan

## Pindahan

14	Pasar Moch Toha/ITC 2	35	Pasar Basalamah
15	Pasar Leuwipanjang	36	Pasar Gempol
16	Pasar Cijerah	37	Pasar Kota Kembang
17	Pasar Ciwastra	38	Pasar Gedebage
18	Pasar Sukahaji	39	Pasar Kordon
19	Pasar Pamoyanan	40	Pasar Dago
20	Pasar Jatayu	41	Pasar Saeuran
21	Pasar Sidang Serang		

**Sumber : PD. Bermartabat Kota Bandung**

Keterangan Tabel 1:

	: dikelola PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung
	: dikerjasamakan dengan pihak ke-3
	: dihapus dari pengelolaan PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung
	: masih berupa lahan kosong

Pada tahun 2015 Perusahaan Daerah Pasar Bermartabat Kota Bandung merevitalisasi pasar tradisional yaitu Pasar Sarijadi. Pasar Sarijadi berdiri sejak Tahun 1985. Lokasi Pasar Sarijadi terletak di Jl. Sarimanah, Sukasari, Kota Bandung. Kondisi Pasar Sarijadi yang seperti perkampungan kumuh dan kurang terawat, serta sudah terlihat rusak berat menyebabkan pemerintah melakukan revitalisasi.



**Sebelum Revitalisasi**

**Sesudah Revitalisasi**

**Gambar 1.2**

### **Pasar Sarijadi Sebelum dan Sesudah di Revitalisasi**

**Sumber: PD Pasar Bermartabat Kota Bandung, 2018**

Kondisi Pasar Sarijadi sebelum dan sesudah di revitalisasi sangat berbeda yang terlihat begitu nampak adalah dari segi fisik atau bangunan Pasar Sarijadi. Pasar Sarijadi yang dahulunya terlihat kumuh dan sudah tidak layak pakai menjadi begitu tertata rapih, bersih, dan pedagang ditempatkan sesuai dengan zona dagangannya.

Setelah di revitalisasi Pasar Sarijadi memiliki luas lahan  $2.983 \text{ m}^2$  dan luas bangunan  $3.000 \text{ m}^2$  serta terdiri dari 4 lantai. Pada lantai pertama diisi oleh pedagang basah yaitu pedagang sayuran, ikan, dan daging. Kemudian lantai dua dan tiga diisi oleh pedagang kuliner tradisional namun dilantai tiga ditambah tempat duduk untuk bercengkrama. Sedangkan lantai empat diisi oleh kreativitas Kota Bandung seperti lukisan, distro.

**Tabel 1.2**  
**Bangunan Pasar Sarijadi Setelah di Revitalisasi**

NO	LOKASI	JENIS
1	Lantai Satu	Pedagang Basah : Sayuran Ikan Daging
2	Lantai Dua	Pedagang Kuliner Tradisional
3	Lantai Tiga	Pedagang Kuliner Tradisional dan Tempat Duduk untuk Bercengkrama
4	Lantai Empat	Kreativitas Kota Bandung : Lukisan Distro

**Sumber: PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung, 2018**

Kemudian jenis ruang dagang yang terdapat di Pasar Sarijadi setelah revitalisasi terdapat ada tiga macam, yaitu toko, kios, dan meja dengan jumlah 169 ruang dagang.

**Tabel 1.3**  
**Jenis Ruang Dagang Setelah di Revitalisasi**

JENIS RUANG DAGANG	JUMLAH	AKTIVASI RUANG DAGANG		PEDAGANG PEMILIK SPTB/SSTU
		BUKA	TUTUP	
TOKO	3	2	1	0
KIOS	44	18	26	18
MEJA	122	20	102	0
JUMLAH	169	40	129	18

**Sumber: PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung, 2018**



Dari tabel di atas dengan jumlah ruang dagang yang mencapai 169, namun masih banyak ruang dagang yang tutup. Hanya 40 ruang dagang yang masih membuka dagangannya. Hasil observasi awal peneliti saat mengunjungi Pasar Sarijadi juga terlihat banyak toko dan kios yang masih tutup, khususnya di lantai 2, dan 3. Dan di lantai 1 hanya ada beberapa toko dan kios saja yang buka, begitupun dengan lantai 4 hanya ada beberapa toko yang buka. Dan sisanya masih banyak toko dan kios yang digembok.



**Gambar 1.3**

### **Kios dan Toko Banyak Yang Tutup**

**Sumber: Hasil Peneliti, 2018**

Berdasarkan dokumentasi foto yang dilakukan peneliti di atas, terlihat masih banyak toko dan kios yang tutup. Namun, beberapa ada yang sudah menyimpan barang dagangannya dan sebagian masih ada yang kosong. Kondisi Pasar Sarijadi yang saat ini sudah memiliki bangunan yang bagus dan fasilitas yang memadai, lingkungan yang bersih, ternyata tidak membuat Pasar Sarijadi menjadi ramai pembeli atau pengunjung. Padahal salah satu alasan dilakukan revitalisasi adalah untuk penghidupan kembali sebuah tempat agar menjadi lebih baik.



Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Srijadi Kota Bandung)”.

## **B. Fokus Masalah**

Fokus masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak adanya perubahan minat berbelanja masyarakat di Pasar Srijadi setelah dilakukan revitalisasi.
2. Kurangnya sumber daya manusia (pedagang) di Pasar Srijadi.
3. Kurang tanggapnya Pengurus Pasar Srijadi selaku pihak pengelola dalam menanggapi atau menyelesaikan permasalahan yang ada di Pasar Srijadi.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Srijadi Kota Bandung)?
2. Apa yang menjadi kendala dalam Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan

(Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sarijadi Kota Bandung)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini disesuaikan dengan rumusan masalah dalam penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sarijadi Kota Bandung).
2. Untuk mengetahui kendala dalam Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sarijadi Kota Bandung).

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan Penelitian dari penelitian memiliki dua kegunaan yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis
  - a. Secara teoretis, yaitu hasil penelitian digunakan untuk pengembangan ilmu, dan di dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau menjadi arsip penting bagian akademik yang dapat digunakan sebagai acuan civitas akademika.

- b. Dengan adanya *goal* penelitian ini diinginkan dapat memberikan acuan baru salah satu untuk peneliti selanjutnya khususnya bagi mahasiswa Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

## 2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis, merupakan hasil penelitian digunakan sebagai upaya penyelesaian sebuah fenomena atau di dalam penelitian disebut masalah.

### a. Kegunaan Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- 2) Untuk mengembangkan pandangan yang berasaskan teori pada suatu implementasi dari sebuah kebijakan dalam revitalisasi pasar tradisional di Kota Bandung.

### b. Kegunaan bagi Intansi Terkait

- 1) Hasil penelitian dimaksudkan akan menyumbangkan kontribusinya berupa masukan yang bersifat positif dalam meningkatkan kinerja organisasi dalam pengimplementasian sebuah kebijakan revitalisasi pasar tradisional di Kota Bandung.

- 2) Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat baik dari segi isi dan sumbangan pemikirannya bagi Pengelola Pasar Srijadi Kota Bandung.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir merupakan gambaran tentang konsep bagaimana hubungan antara variabel satu dengan berbagai faktor lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah “Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan”. Yang kemudian peneliti mendeskripsikan Implementasi Kebijakan tersebut dengan apa yang terjadi di lapangan dengan konsep yang sudah di buat oleh pemerintah.

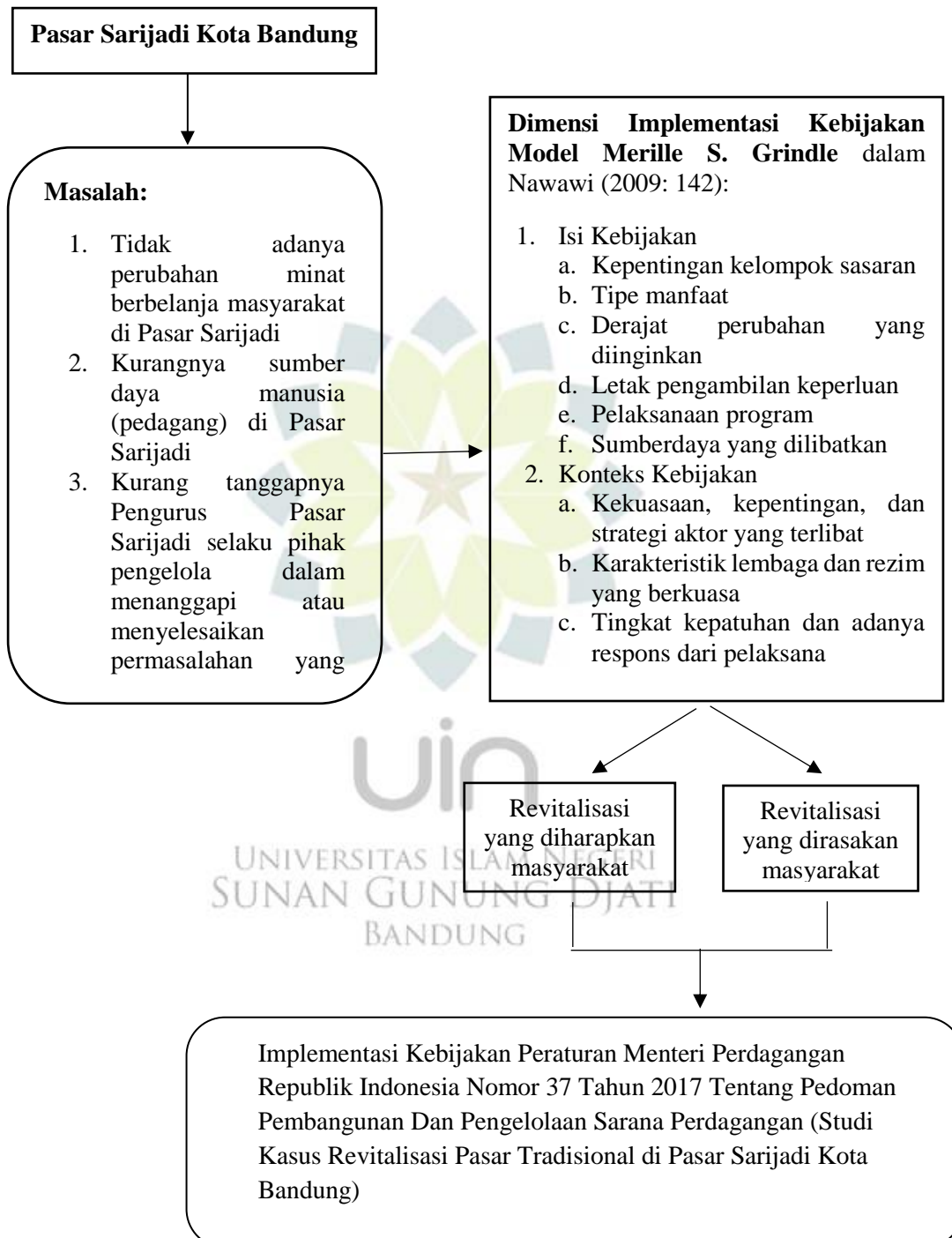
Dimana dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut Pemerintah Kota Bandung membuat program Revitalisasi Pasar Tradisional, dan salah satu Pasar Tradisional di Kota Bandung yang sudah direvitalisasi adalah Pasar Srijadi. Kemudian, ketika peneliti memperoleh informasi dan data mengenai apa yang sebenarnya terjadi dalam pelaksanaan implementasi kebijakan tersebut. Ternyata ditemukan masalah-masalah yang terjadi dalam pelaksanaan implementasi antara lain Tidak adanya perubahan minat berbelanja masyarakat di Pasar Srijadi setelah dilakukan revitalisasi pasar, kurangnya sumber daya manusia (pedagang) di Pasar Srijadi, kurang tanggapnya Pengurus Pasar Srijadi selaku pihak pengelola dalam menanggapi atau menyelesaikan permasalahan yang ada di Pasar Srijadi.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah kebijakan, sehingga penelitian ini menggunakan teori menurut Merilee S. Grindle dalam Nawawi (2009:142) isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi (*context of implementation*). Variabel isi kebijakan yang diungkapkan Merilee S.Grindle ini mencakup hal sebagai berikut, yaitu: (1) sejauh mana kepentingan kelompok sasaran atau *target groups* termuat dalam isi kebijakan publik; (2) jenis manfaat yang diterima oleh *target groups*; (3) sejauh mana perubahan yang diinginkan oleh kebijakan; (4) apakah letak sebuah program sudah tepat; (5) apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya dengan rinci; dan (6) sumber daya yang disebutkan apakah sebuah program didukung oleh sumberdaya yang memadai.

Sedangkan variabel lingkungan kebijakan mencakup hal-hal sebagai berikut, yaitu: (1) seberapa besar kekuasaan, kepentingan, dan strategi yang dimiliki oleh para aktor yang terlibat dalam implementasi kebijakan; (2) karakteristik institusi dan rezim yang sedang berkuasa; (3) tingkat kepatuhan dan responsivitas kelompok sasaran.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui kerangka penelitian berikut ini:

**Gambar 1.4**  
**Kerangka Pemikiran**





## G. Proposisi

Berdasarkan kerangka pemikiran dan dimensi implementasi kebijakan di atas maka proposisi penelitian adalah sebagai berikut:

“Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Sarijadi Kota Bandung)”, berjalan dengan baik apabila didasarkan pada dua dimensi pengukuran implementasi kebijakan publik, yaitu Isi Kebijakan dan Konteks Kebijakan.

